

4. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 412 с.
5. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы. – СПб.: Спец. литература, 2000. – 589 с.
6. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. – Харьков, 1997. – 127 с.
7. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ хозяйственного состояния предприятия. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 216 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль. – СПб., 1999. – 887 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Пеньковой Е.М. – М.: Прогресс, 1990. – 256 с.
10. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг (Европейская перспектива): Пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
11. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Реструктуризация предприятий и компаний: Спр. пособие. – М.: Высшая школа, 2000. – 587 с.
12. Немцов В.Д., Довгань Л.Е. Стратегический менеджмент. – К.: ТОВ УВПК "Екс Об", 2001. – 560 с.
13. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход. – П., 2002. – 564 с.
14. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – СПб.: Вильямс, 2001. – 495 с.
15. Уотерман П. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1998. – 368 с.
16. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. – М.: ЗАО "Бизнес-Школа", 1997. – 304 с.

*Отримано 19.01.2005*

УДК 658.102

**О.В.КОРЕЦКАЯ**

*Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»*

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Рассматриваются актуальные проблемы конкурентоспособности предприятий, предлагаются рекомендации по повышению уровня их конкурентоспособности.

Дальнейшее развитие рыночных отношений в Украине требует фундаментальных исследований проблем конкуренции и конкурентоспособности предприятия. Конкуренция является основной движущей силой рыночной экономики, инструментом обеспечения ее равновесия и гармоничного развития. Конкурентоспособность предприятия должна постоянно контролироваться им как основной интегральный показатель, который отображает практически все стороны его деятельности, характеризует потенциал развития, финансовую и производственную стойкость, определяет место предприятия на рынке.

Поэтому разработка путей повышения конкурентоспособности

предприятий является одной из важнейших задач на современном этапе развития. Научные основы конкуренции и конкурентоспособности предприятий были заложены такими отечественными и зарубежными авторами, как Г.Л.Азоев, И.Ансофф, В.Л.Дикань, Ю.Б.Иванов, Р.А.Фатхутдинов [1, 2, 4, 5, 7] и др.

Однако вопросы, связанные с обеспечением конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности в современных условиях хозяйствования, разработаны недостаточно.

Весь комплекс вопросов повышения конкурентоспособности предприятия можно систематизировать следующим образом: соответствие качества и цены продукции требованиям рынка и конкретного потребителя; стратегия снижения совокупных издержек производства; формирование и реализация финансовой стратегии предприятия; мониторинг внутреннего и внешнего рынков, а также мониторинг внутриотраслевой конкуренции; совершенствование сбытовой деятельности предприятия, создание репутации предприятия на рынке и умение представить аргументы, подтверждающие надежность предприятия как партнера, создание узнаваемого товарного знака и бренда, устойчивой клиентуры и др. (рис.1).

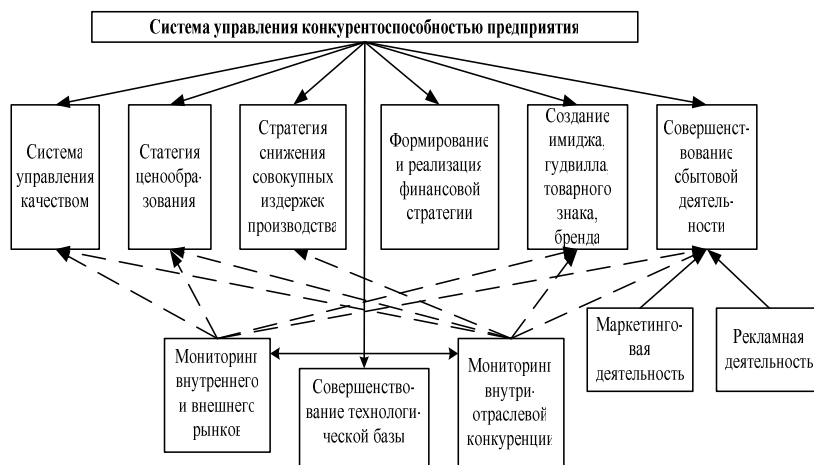


Рис.1 – Схема направлений повышения конкурентоспособности промышленных предприятий

Рассмотрим подробно некоторые из наиболее значимых элементов системы управления конкурентоспособностью предприятия.

Большое значение для повышения уровня конкурентоспособности

имеет активизация всей деятельности руководства по управлению качеством продукции. Многие зарубежные фирмы, продукция которых известна своей конкурентоспособностью, сделали качество основой своей политики.

Система управления качеством представляет собой согласованную рабочую структуру, действующую в фирме и включающую эффективные технические и управленческие методы, обеспечивающие наилучшие и наиболее практичные способы взаимодействия людей, оборудования, а также информации с целью удовлетворения требований потребителей, предъявляемых к качеству продукции, а также экономии расходов на производство (рис.2).

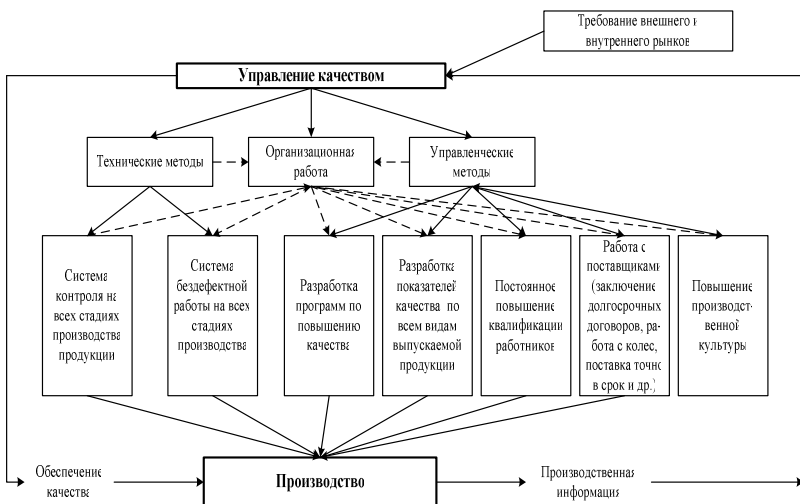


Рис.2 – Схема системы обеспечения качества продукции на предприятии

Хотя управлению качеством продукции на всех стадиях уделяется достаточно много внимания, в последние годы сформировался новый подход, новая стратегия в управлении качеством. Этот подход включает три важнейших элемента: контроль, анализ и на этой основе регулирование технологическим процессом, т.е. выбор и осуществление действий, обеспечивающих поддержание требуемого уровня качества. Такая организация работы стабилизирует качество продукции и устраняет брак, увеличивает выпуск годной продукции с единицы оборудования или площади, а поскольку устранение причин брака проводится путем совершенствования технических и технологических условий, обеспечивается снижение издержек производства.

В целях обеспечения высокого качества продукции предприятия устанавливают контроль на всех стадиях производственного процесса, начиная с контроля качества используемых сырья и материалов и кончая определением соответствия выпущенного продукта техническим характеристикам и параметрам, не только в ходе его испытаний, но и во время его эксплуатации. Поэтому контроль качества продукции стал основной частью производственного процесса и направлен не столько на выявление брака или дефектов готовой продукции, сколько на проверку качества изделия в процессе его изготовления.

Цена является важным составляющим элементом конкурентоспособности товара. Ценовая конкуренция имеет многоцелевое назначение: 1) низкая цена может служить инструментом проникновения на новые рынки; 2) низкая цена используется фирмой как барьер против выхода на рынок новых конкурентов; 3) в ряде случаев предприятие проводит снижение цен в ответ на действия конкурентов; 4) снижение цены может использоваться как средство повышения конкурентоспособности товара.

Общая политика ценообразования предполагает определение исходной цены товара и дальнейшую корректировку с учетом внешних и внутренних факторов. Методика расчета цен, позволяющая поддерживать существующий уровень конкурентоспособности предприятия, должна состоять из этапов, представленных на рис.3.

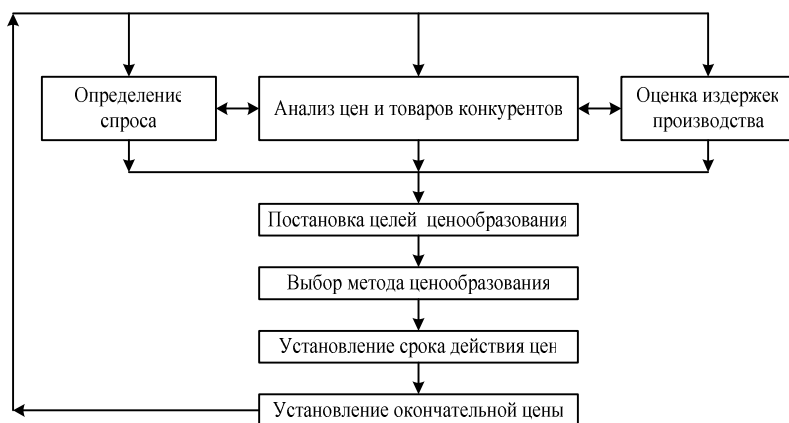


Рис.3 – Методика установления цен на предприятии

Управление финансовыми ресурсами в условиях перехода к рыночным отношениям приобретает первостепенное значение, поскольку

это единственный вид ресурсов предприятия, который способен в минимальные сроки трансформироваться в любой другой его вид. Поэтому формирование на предприятии стратегии финансовой деятельности и успешное ее осуществление на практике является одним из важнейших факторов конкурентоспособности предприятия.

В данной работе ведущее место отведено бюджетированию. Существует некий стартовый набор финансовых инструментов, с которого каждая компания должна начинать формирование стратегии финансовой деятельности. В него входит бюджетирование, а также привлечение заемных средств и размещение свободных средств на внешних рынках [3]. В этой триаде два последних пункта занимают подчиненное положение по отношению к бюджету. Дело в том, что работа с деньгами на внешних рынках не является управлением в полном смысле слова до тех пор, пока нет полного контроля над денежными потоками внутри организации.

Бюджетирование – это комплекс, который включает: бюджет как финансовый план по выбранным позициям; финансовую отчетность как результат выполнения бюджета; последовательную цепочку управленческих действий, направленных на интеграцию различных управленческих контуров в единый контур бюджетного управления.

Наличие бюджета как финансового образа будущего необходимо, но эффективно лишь в сравнении с результатами исполнения этих бюджетов, при выявлении причин, к ним приведших, и выработке соответствующих решений.

Методы бюджетного управления до сих пор недооцениваются на украинских предприятиях потому, что применяются по частям: в бюджетном планировании или финансовой отчетности. Необходимо, чтобы и планирование, и отчетность были элементами единого контура бюджетного управления, построение которого означает, что нужно интегрировать совершенно разные управленческие контуры. В современных условиях только бухгалтерия располагает информацией, которую можно использовать для финансовой отчетности. Как правило, в бухгалтерии вводятся дополнительные аналитические признаки по структуре затрат (все бухгалтерские проводки помечаются специальными кодификаторами, которые относят эти проводки к центрам финансового учета). Вследствие этого, работы у бухгалтерии становится больше: возрастает объем информации на каждую хозяйственную операцию. Кроме того, информация должна обрабатываться в том темпе, который необходим для предоставления в службу финансового директора, т.е. день в день или на следующий день. Поэтому в таких случаях возникает необходимость в создании еще одной службы – оперативно-

го учета, которая предоставляет информацию в нужном темпе. Таким образом, получив возможность повседневного контроля своей финансовой ситуации, фирма решает проблему нестыковки между дискретностью финансовых отчетов и непрерывностью инфляции.

На пути введения бюджетирования, предприятие выбирает учетную политику, которая прямо влияет на финансовые результаты. Учетная политика это выбор центров финансового учета (ЦФУ), системы ведения бухгалтерского учета, типологии бухгалтерских проводок, которые используются для описания хозяйственных операций компании, процедур сведения информации, консолидации и разнесения результатов по ЦФУ.

Трудность состоит в том, чтобы оценить финансовые результаты разных центров учета по статьям, которые имеют отношение ко всей компании (например, затраты на рекламу).

Таким образом, нужно строить единую цепочку: ставить цели, преобразовывать их в финансовые планы, затем обеспечивать систему реализации этих планов, то есть организацию самого бизнеса. Система учета должна измерять результат выполнения бюджетов, строить индикаторы для анализа отклонений. А далее то, что называется регулированием, положительные отклонения надо поддерживать, отрицательные – гасить.

Постановка финансового менеджмента путем бюджетирования – очень сложный и длительный процесс, нужен по крайней мере год, чтобы финансовый менеджмент заработал, как положено. Однако, целесообразность его введения становится очевидной, если принять во внимание, что из-за отсутствия точного и систематического знания о своих финансах, потери предприятия могут составлять до 20% от доходной части бюджета.

Огромное значение в деятельности предприятия должно придаваться таким основным направлениям повышения конкурентоспособности продукции предприятия, как ввод системы управления качеством продукции, продуманная политика ценообразования, основанная на жизненном цикле товара, а также регулирование и контроль состояния финансовых ресурсов с использованием различных механизмов и инструментов финансовой стратегии. В условиях недостатка квалифицированных управленческих ресурсов рекомендуется использовать ограниченный набор приемов управления финансовыми ресурсами, в который входит бюджетирование, привлечение заемных средств и размещение свободных средств на внешних рынках.

1.Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 206 с.

2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Э. Дж. Макдоннелл (при содействии) С. Жильцов (пер. с англ.). – С.Пб.: Питер, 1999. – 416 с.
3. Бонк И.А. Стратегия и тактика управления финансами. – К.: Либідь, 1996. – 386 с.
4. Дикань В.Л. Реформирование экономики Украины и конкурентоустойчивость предприятия. – Харьков: Основа, 1997. – 345 с.
5. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. – Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
6. Унковская Т.Е. Финансовое равновесие предприятия. – К.: Генеза, 1997. – 328 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

*Получено 20.12.2004*

УДК 339.137.2 : 332.14 : 338.12

Т.В. СЕМКО, канд. экон. наук, В.О. БЕЗУГЛА  
*Кременчужский державний політехнічний університет*

### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕГІОНУ В СИСТЕМІ ЦИКЛІЧНОГО ХАРАКТЕРУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Розглядається вплив циклів на механізм формування конкурентоспроможності регіонів. Доведено необхідність врахування закономірностей циклічного розвитку не тільки країни взагалі, а й природи економічних циклів окремих її регіонів, звертаючи увагу на можливість неспівпадіння характеру цих циклів. Зроблено висновки та обгрунтовано причини забезпечення державного регулювання, спрямованого на пом'якшення циклічних розбіжностей країни і регіонів.

Перехід України до етапу стабілізації економічного зростання пов'язаний зі значними структурними перебудовами і неможливий без формування конкурентоспроможності її регіонів. Вирішення даної проблеми привертає увагу до природи циклічних явищ та їх впливу на механізм формування конкурентоспроможності регіонів.

Циклічність – загальна форма руху національних господарств і світового господарства як єдиного цілого [8]. Вона виражає нерівномірність функціонування різних елементів національного господарства, економічного прогресу. Закономірно відзначити, що циклічність є найважливішим фактором економічної динаміки розвитку. З точки зору законів діалектики циклічність – це рух процесу по спіралі, що характеризує її як прогресивну форму розвитку. Кожний цикл має свої фази і свою тривалість. Характеристики фаз неповторні у своїх конкретних показниках, вони є оригінальними як в історичному, так і в регіональному аспектах.

Дослідженням проблем циклічності економічного розвитку займалися такі відомі вчені як Н.Кондратьєв [5], Л.Мендельсон [6],